

Pressemitteilung

MANGAN: Eine Reise in die Welt der Emotionen in Audiowerken

Leipzig, 02. Februar 2024; Was verrät die menschliche Stimme über den Inhalt eines Audiowerks? Kann Künstliche Intelligenz (KI) bestimmen, ob ein Text spannend, beruhigend oder emotional ist? Mit diesen Fragen beschäftigt sich seit fast zwei Jahren das Leipziger Forschungsprojekt MANGAN, gefördert vom Bundesministerium für Bildung und Forschung im Rahmen des Programms KMU-innovativ. Ziel ist, eine intuitive Suchfunktion für das Internetportal vorleser.net zu entwickeln, die Hörer:innen nicht nur nach Genres, sondern auch nach Stimmung und emotionaler Wirkung suchen lässt. An dem Projekt sind der Hörbuchverlag BUCHFUNK, das Universitätsrechenzentrum und ifabrik beteiligt.

Analyse der Emotionen: das VAD-Modell

Im Zentrum des Projekts steht die Analyse von Emotionen durch das sogenannte **VAD-Modell** (Valence, Arousal, Dominance). Diese Methode ermöglicht es, die emotionale Wirkung eines Audiowerks zu erfassen und die Auswahl neuer Inhalte auf Basis dieser emotionalen Dimensionen zu steuern. So wird sichergestellt, dass Hörer:innen genau die Werke finden, die zu ihrer aktuellen Stimmung passen. Ein Hörbuch, das „heiter und beruhigend“ wirkt, wird entsprechend anders empfohlen als eines, das „aufregend und spannend“ ist.

Mit dieser innovativen Methode konnte das Team von MANGAN zahlreiche emotionale Profile erstellen, die Hörer:innen demnächst eine neue Art der Inhaltssuche bieten. Anstatt nach Titeln oder Genres zu suchen, können sie nun ihre **Stimmung** und **emotionale Bedürfnisse** in den Mittelpunkt stellen.

Analyse von Stimme und Klangbild

MANGAN untersucht ebenfalls die Stimme und das Klangbild eines Audiowerks:

- **Stimmhöhe:** Tiefe Stimmen wirken oft beruhigend, während hohe Stimmen dynamischer erscheinen.
- **Stimmfärbung und Klangbild:** Die Verteilung von Frequenzen bestimmt, ob eine Stimme klar und präsent oder sanft und beruhigend klingt.

- Melodiösität: Stimmen können von monoton und sachlich bis hin zu ausdrucksstark und unterhaltend variieren.

Diese Merkmale ermöglichen es, Audiowerke nach emotionalen Präferenzen zu clustern und individuelle Vorlieben der Hörer:innen besser zu bedienen.

Nutzerzentrierte Forschung: Die Hörer im Fokus

Im Rahmen des Projekts waren zuvor umfangreiche Interviews mit Hörer:innen durchgeführt worden, um deren **emotionale Reaktionen** und **Hörgewohnheiten** zu verstehen. Die Ergebnisse zeigen, dass viele Menschen ihre Audiowerke in unterschiedlichen Situationen und Gemütslagen hören, z. B. während der Hausarbeit oder beim Sport. Besonders relevant für die Empfehlung von Inhalten war jedoch die Frage nach der gewünschten **Stimmungsveränderung**.

Die Studie identifizierte dabei verschiedene Hörer:innen-Gruppen, darunter:

- „**Sachbuchverschlingerinnen**“: Hören überwiegend informative und lehrreiche Inhalte.
- „**Laberpodcastliebhaber**“: Bevorzugen entspannte, gesprächsorientierte Formate.
- „**Fantasyfans**“: Suchen den Eskapismus und tauchen in andere Welten ein.

Herausforderung Stimmung: Emotionen verstehen und nutzen

Eine spannende Erkenntnis der Forschung war, dass die aktuelle **Stimmung** der Hörer:innen oft weniger Einfluss auf die Auswahl hat als erwartet. Viele Teilnehmende berichteten, dass sie ihre Stimmung durch die Auswahl von bestimmten Inhalten bewusst verändern wollen. So neigt eine Person bei schlechter Laune dazu, in fiktive Welten abzutauchen, während sie bei guter Laune eher nach informativen und anspruchsvollen Inhalten sucht.

Die Möglichkeit, Audiowerke gezielt nach der gewünschten Stimmung auszuwählen, eröffnet völlig neue Perspektiven für die **Benutzerführung** und das **Erlebnis auf Plattformen** wie vorleser.net.

Zukunft: Intuitive Suche bei vorleser.net

Die gewonnenen Erkenntnisse werden nun schrittweise in die Plattform **vorleser.net** integriert. Hörer:innen sollen bald die Möglichkeit haben, ihre Stimmung anzugeben und auf Basis dessen passende Hörbücher und Podcasts zu entdecken. Die Integration dieser **intuitiven Suchmethoden** soll die Plattform revolutionieren und neue Maßstäbe für die Branche setzen.



Pressekontakt

BUCHFUNK GmbH

Johannes Ackner

E-Mail: ackner@buchfunk.de